

中国户配送产业投资分析及未来五年发展商机研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户配送产业投资分析及未来五年发展商机研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/215227215227.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

第一章 到户配送行业基础概况

第一节 物流配送简述

- 一、配送功能要素
- 二、配送作业流程及其管理
- 三、物流配送系统信息化管理
- 四、物流配送中心

第二节 中国物流行业运行总况

- 一、中国物流发展分析
- 二、铁路运输指标分析
- 三、航空运输指标分析
- 四、全国水运货物统计
- 五、公路货物运输量分析
- 六、第三方物流的发展分析

第二章 中国到户配送行业影响因素透析

第一节 中国到户配送行业政府和法规因素分析

- 一、《2015-2020年中国户配送行业分析与投资前景研究调查报告》分析
- 二、关于空运进口货物管理办法
- 三、中华人民共和国邮政法实施细则
- 四、《2015-2020年中国户配送行业分析与投资前景研究调查报告》的物流解读
- 五、《2015-2020年中国户配送行业分析与投资前景研究调查报告》

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第三节 中国到户配送行业技术因素分析

- 一、物流配送系统的应用
- 二、配送型物流中心的核心技术
- 三、生产型物流中心的核心技术

第三章 中国物流配送行业运行新形势透析

第一节 中国物流配送行业特点分析

- 一、自营配送模式占主导地位
- 二、物流配送在行业间发展不均衡
- 三、快递市场竞争度加剧、开放力度加大
- 四、城市物流配送业发展迅速
- 五、制造企业与物流企业通过战略合作，聚集物流需求

第二节 中国物流配送行业运行综述

- 一、物流配送信息化建设情况
- 二、物流配送市场动态分析
- 三、物流配送发展面临的新机遇
- 四、现代物流配送模式发展走向

第三节 中国物流配送行业存在问题分析

- 一、配送的服务核心作用难以发挥
- 二、配送行业技术发展水平相对落后
- 三、加工型配送发展缓慢
- 四、配送的集约化程度低
- 五、对物资配送的认识有待提高

第四节 中国物流配送行业成长动因分析

- 一、市场供求关系发生重大变化，市场竞争加剧
- 二、企业改革日益深化
- 三、现代信息技术的发展
- 四、政府对物流配送的政策支持
- 五、配送主体的实力有所增强
- 六、企业追求第三利润源
- 七、物资供应模式的转变

第四章 中国到户配送行业市场运行态势分析

第一节 宅配业市场概述

- 一、宅配涵盖
- 二、宅配服务特点
- 三、宅配业与其它货物运送业的比较

第二节 世界到户配送业发达地区运行分析

- 一、日本宅配便发展分析
- 二、宅配业在台湾发展分析

第三节 中国配送到户透析

- 一、配送到户发展背景
- 二、配送到户渠道分析

三、配送到户发展潜力

第五章 中国到户配送业细分市场运行新格局透析

第一节 中国快运快递行业分析

一、本土快递业的发展现状

二、我国快运速递企业物流服务水平

三、快递行业盈利的关键要素分析

四、中外巨头分食中国快递市场

五、各地区快运快递发展分析

（一）长三角快运发展分析

（二）浙江快递服务业发展分析

（三）安徽快递业发展分析

（四）湖南民营快递服务业发展分析

（五）北京邮政速递的发展策略

六、邮政速递发展分析

（一）邮政EMS现状分析

（二）邮政速递业务发展电子商务分析

（三）邮政速递市场定制服务分析

（四）中国邮政速递发展对策

第二节 中国网络购物配送到户分析

一、中国网络购物市场规模迅速增长

二、中国网络购物用户规模分析

三、网上购物发展模式分析

四、网络购物交易额各地区分布状况

五、网购的营销模式探究

六、网络购物消费者分析

七、网络购物环境下的物流配送

八、电子商务物流配送体系的发展

九、网上购物配送存在问题分析

第三节 中国电视购物配送到户发展分析

一、电视购物业发展概况

二、电视购物的经营模式

三、电视购物市场规模分析

四、电视购物消费行为影响因素

五、电视购物物流配送发展分析

第四节 中国零售业配送到户分析

- 一、便利店的配送系统分析
- 二、网络零售配送市场分析
- 三、连锁超市物流配送发展分析
- 四、连锁零售业物流配送现状分析
- 第六章 中国到户配送行业运作模式解析
 - 第一节 中国到户配送模式分析
 - 一、D2D配送模式典型案例分析
 - 二、电子配送模式分析
 - 三、共同配送模式分析
 - 第二节 中国典型案例分析
 - 一、当当网配送模式分析
 - 二、卓越网的物流配送发展分析
 - 第三节 中国配送到户发展策略分析
 - 一、降低配送成本的配送策略分析
 - 二、高科技产品配送入户策略
 - 三、基于SCM下的物流配送网络规划
- 第七章 中国物流配送业竞争新格局分析
 - 第一节 国际物流配送市场竞争分析
 - 一、全球物流业竞争力排行
 - 二、国际物流市场竞争方式分析
 - 第二节 跨国竞争条件下中国物流配送市场的竞争分析
 - 一、国际企业进入中国物流配送市场的动机分析
 - 二、跨国竞争条件下中国物流配送业竞争态势分析
 - 三、物流配送企业并购整合分析
 - 四、中国物流配送企业的整体性与相机性策略
 - 第三节 中国物流配送企业竞争策略分析
 - 第四节 2015-2020年中国物流配送业竞争趋势探析
- 第八章 中国到户配送行业竞争态势分析
 - 第一节 中国到户配送市场竞争总况
 - 一、到户配送企业并购整合分析
 - 二、宅配送借助网络异军突起
 - 三、我国到户配送市场竞争格局
 - 第二节 中国到户配送中小企业竞争分析
 - 一、到户配送中小企业的生存竞争分析
 - 二、中小物流企业生存现状

三、中小物流企业竞争力构建的途径分析

第三节 中国到户配送未来的竞争重点分析

第九章 到户配送国际主体企业运行浅析

第一节 UPS

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争力分析

四、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势

五、企业发展战略分析

第二节 FedEx

一、企业概况

二、企业服务情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业在华情况分析

五、企业亚太发展历程分析

第三节 DHL

一、企业概况

二、企业服务情况分析

三、企业在华情况分析

四、企业创新情况分析

第四节 TNT

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、企业在华情况分析

四、企业发展战略分析

第十章 到户配送中国主体企业运行竞争力分析

第一节 中铁快运股份有限公司

一、企业概况

二、中铁快运物流服务的资源和能力

三、中铁快运的综合运输服务

四、中铁快运经营模式分析

五、中铁快运发展历程分析

第二节 北京宅急送快运股份有限公司

一、企业概况

二、宅急送的信息化进程

三、宅急送经营业务分析

四、宅急送竞争优势分析

五、宅急送快运通道分析

第三节 中国民航快递有限责任公司

一、企业概况

二、中国民航快递：着力打造快递强势品牌

三、企业经营范围分析

四、企业服务网络分析

五、企业物流运输能力分析

第四节 中国邮政速递物流股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营范围分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展历程分析

第十一章 2015-2020年中国到户配送行业前景预测分析

第一节 2015-2020年中国物流业趋势预测分析

一、企业物流社会化与专业化的趋势

二、物流企业规模化与个性化的趋势

三、物流市场细分化与国际化的趋势

四、区域物流集聚与扩散的趋势

五、物流经营成本进一步上升的趋势

第二节 2015-2020年中国到户配送企业发展走势分析

一、企业整合趋势分析

二、外商合资发展分析

三、企业特许经营发展分析

四、企业自营网络的发展

第三节 2015-2020年中国配送物流业预测分析

一、物流配送的电子商务趋势

二、发展物资配送的基本设想

三、物流配送国际化趋势分析

四、物流配送的规模化与集团化

第十二章 2015-2020年中国到户配送产业投资分析

第一节 中国到户配送行业投资概况

一、到户配送行业投资特性

二、到户配送具有良好的投资价值

三、到户配送投资环境利好

第二节 2015-2020年中国到户配送投资机会分析

一、到户配送投资热点

二、到户配送投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国到户配送投资风险及防范

一、宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、市场需求风险

四、成本上升风险

五、其他风险分析

第四节 2015-2020年中国到户配送投资策略及建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/215227215227.html>